

新卒採用に関する企業調査 (2023 年 10 月調査)

2024 年卒採用 内定動向調査 / 2025 年卒採用計画

深刻な人手不足を背景に学生優位の売り手市場となった 2024 年卒採用。ディスコでは 10 月の正式内定解禁日を迎えるタイミングでの採用活動の進捗や充足状況を確認すべく、「キャリアタス就活」掲載企業など全国の有力企業を対象に調査を行った。2025 年卒者の採用についても予定や方針などを聞いた。

I. 2024 年 3 月卒業予定者の採用

- 1. 選考終了状況**
採用選考を「終了した」45.6%。3 年連続で低下。未終了企業の 7 割は予定外に継続
- 2. 内定者充足率と今後の方針**
内定者充足率の平均は 67.9%で、前年同期調査 (71.3%) を下回った
- 3. 内定者に対する満足度**
「質・量ともに満足」が減少し満足度は低下。特に量への不満が目立つ
- 4. 内定辞退の増減**
前年度よりも内定辞退者が「増えた」36.5%、「減った」19.7%
- 5. 内定期間中のフォロー**
「懇親会」「社内や施設などの見学会」が前年調査より増加。対面回帰の動き
- 6. エントリーシート作成時の生成 AI 利用への考え**
ES 作成に生成 AI 利用「賛成」16.5%、「反対」61.1%。学生は 7 割が利用予定

II. 2025 年 3 月卒業予定者の採用

- 1. 採用予定数と予算**
採用数「増える見込み」が 21.7%で、「減る」(4.1%) を上回る。採用予算の増加も顕著
- 2. 採用活動の開始予定時期**
年内の面接開始を予定する企業が全体の 2 割強。内定出し開始のピークは 3 月の見込み
- 3. 採用で注力したいこと**
「インターンシップ等の実施・見直し」が最多。定義の見直しも影響か

III. インターンシップ等のプログラム (※)

- 1. プログラム実施状況**
「夏季」「秋季」が増加、「冬季」は微減の見通し。いずれもオープン・カンパニーが主流
- 2. 夏季プログラムの満足度**
夏季実施企業の満足度は年々低下。応募者 (参加者) の減少が顕著

※インターンシップに限定せず、1 日以内のプログラム等も含めて尋ねた

《 調査概要 》

調査対象 : 全国の主要企業 16,318 社
調査時期 : 2023 年 9 月 27 日 ~ 10 月 5 日
調査方法 : インターネット調査法
回答社数 : 1,238 社

《従業員数》			《業種》		《株式》	
~299人	300~999人	1000人以上	製造	非製造	上場	非上場
512社	441社	285社	499社	739社	213社	1025社
《地域》						
北海道	東北	関東	中部	関西	中国・四国	九州・沖縄
67社	67社	536社	210社	199社	91社	68社

調査機関 : 株式会社ディスコ キャリタスリサーチ

I. 2024年3月卒業予定者の採用

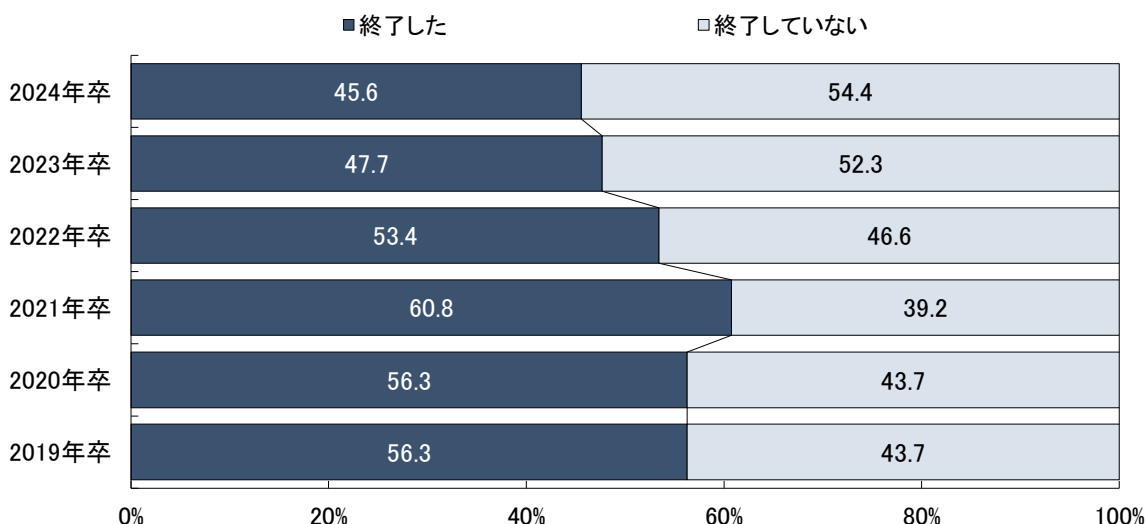
1. 選考終了状況

2024年3月卒業予定者の採用選考を「終了した」企業は全体の45.6%。前年同期調査(47.7%)を2.1ポイント下回り、正式内定を迎えるタイミングでの終了率は3年連続で低下した。早期化が進行し面接開始や内定出しのタイミングは早まったが、採用数の増加で思うように内定者を確保できず、採用活動を終了できない企業が増えたようだ。コロナ禍前の売り手市場の頃よりも採用継続企業の割合は多い。

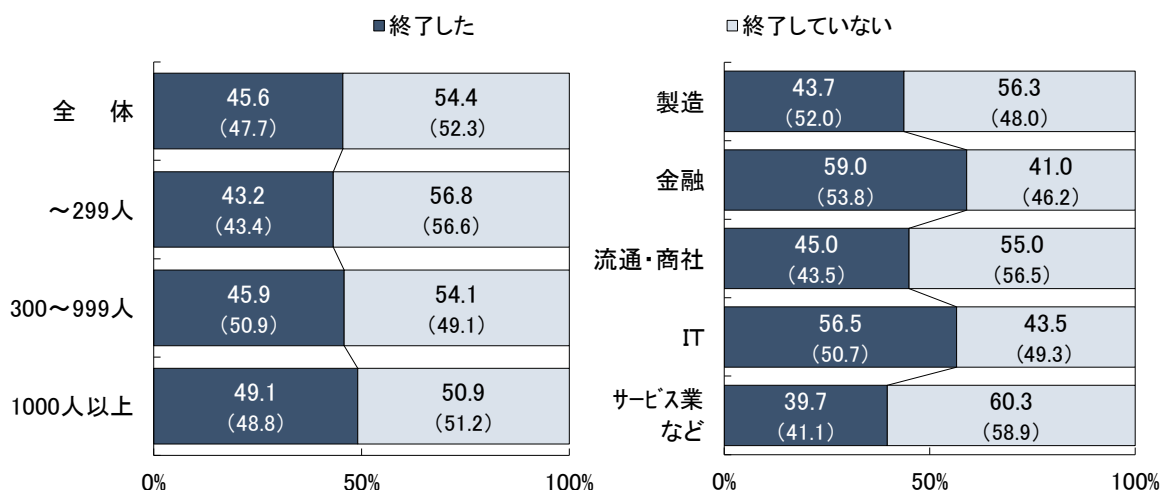
これを従業員規模別に見ると、規模が大きくなるにつれ終了率は高まるが、いずれの規模も半数を下回る。

業界別では濃淡が見られ、最も終了率が高い「金融」は約6割が採用選考を終了したと回答(59.0%)。「IT」も過半数が終了している(56.5%)。いずれも前年同期を5ポイント以上、上回る。一方、最も低い「サービス業」は3割台と(39.7%)遅れが目立つ。

採用選考の終了状況(経年)



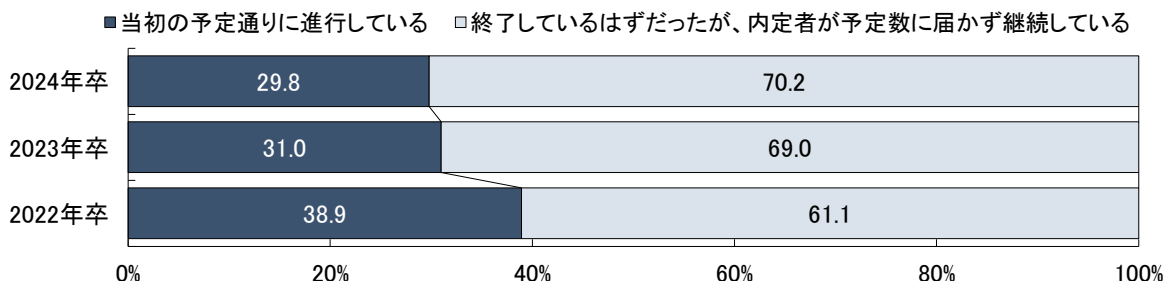
採用選考の終了状況(全体/従業員規模別・業界別)



※()内は前年同期調査の数値

採用選考を「終了していない」企業（全体の54.4%）のうち、「当初の予定通りに進行している」という企業は前年と同じく約3割で（29.8%）、計画に反して採用活動を継続している企業が今年も多数に上ることが確認できる。

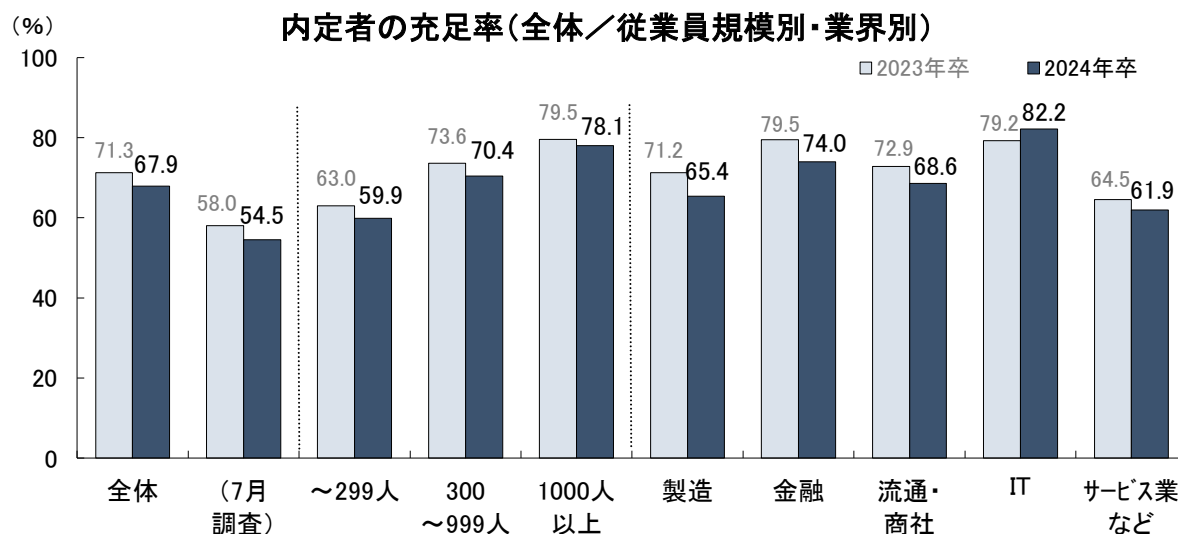
採用活動未終了の状況



2. 内定者充足率と今後の方針

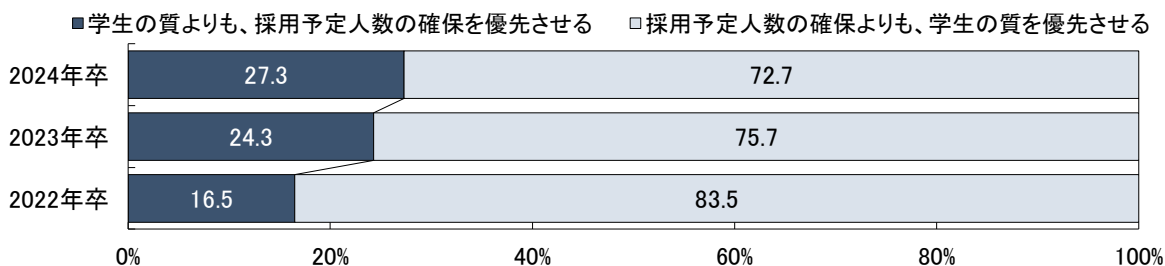
採用予定数に対する内定者の割合、いわゆる「充足率」の平均は67.9%。7月調査（54.5%）から3カ月間の伸びは13.4ポイントにとどまり、終了率同様に前年同期を下回った。

従業員規模が大きくなるにつれ充足率も上がるが、大手企業でも7割台（78.1%）、中小企業では約6割にとどまっている（59.9%）。業界別では「IT」が唯一8割を超えている（82.2%）。



未充足部分に対する今後の方針については、「学生の質よりも、採用人数の確保を優先」という回答が年々増加し、「質より量」のスタンスをとらざるを得ない企業が増えている様子が見て取れる。ただ「人数の確保よりも学生の質を優先」が7割強（72.7%）で、未充足企業の大半が質優先の姿勢を示している。

未充足部分に対する今後の方針

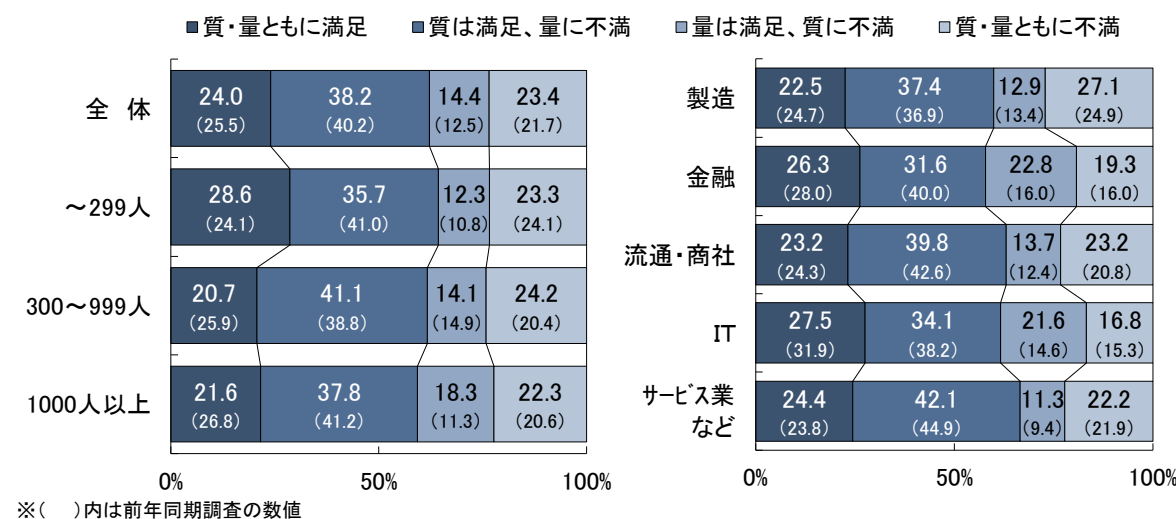


3. 内定者に対する満足度

現時点の内定者に対する満足状況を、質と量（人数）の観点で尋ねた。前年調査と大きな変化は見られないものの、「質・量ともに満足」という回答がやや減少（25.5%→24.0%）、その分「質・量ともに不満」が増加するなど（21.7%→23.4%）、満足度はやや低下した。また、「質は満足、量に不満」が増加するなど（12.3%→14.1%）、満足度はやや低下した。また、「質は満足、量に不満」が増加するなど（12.3%→14.1%）、満足度はやや低下した。また、「質は満足、量に不満」が増加するなど（12.3%→14.1%）、満足度はやや低下した。

従業員規模別では、中小企業において「質・量ともに満足」の割合が高い（28.6%）。業界別では充足率の高い「IT」と「金融」において満足度も比較的高く出ている。

内定者に対する満足度（全体／従業員規模別・業界別）



【Voice-1】—ここまでの採用満足状況

■満足の声

- カジュアル面談や会社説明会から志望度を高めてもらい、互いにマッチングできた。 <建設・住宅・不動産／中堅>
- 比較的早い時期に採用予定数を充足できたので、量はもちろん、質の部分でも妥協することがなかった。 <その他金融／中小>
- 今年は面接等も対面で実施することができ、学生の表情や立ち居振る舞いを確認することができるため、ここ数年では一番満足している。 <専門商社／中堅>
- コロナ禍で制限を受けた学生生活の影響があるかと危惧したが、例年と比較しても積極性やコミュニケーション能力に不足は見られない。 <マスコミ／中小>
- 1day 仕事研究や内定者イベントにて社風や仕事内容を繰り返し伝えることで、徐々に入社に向けた企業理解が深まっていると感じる。 <専門店／大手>

■質または量に不満の声

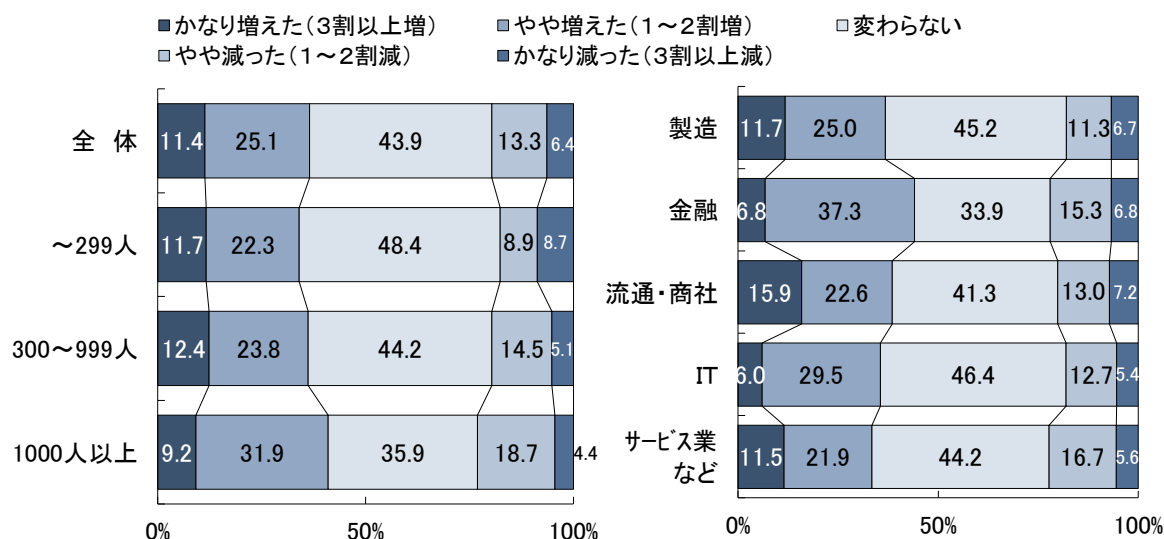
- エントリーが減り、求める質を下げて量を確保する必要があった。 <その他サービス／中堅>
- 学生の質を重視して選考を行っているが、選考辞退が重なり採用枠未充足のため。 <プラントエンジニアリング／大手>
- 理系人材から内定承諾をもらえない。 <素材・化学／中小>
- 6月以降、選考申し込みがぱったりと途絶えてしまった。 <証券／中堅>
- コロナ 5 類移行後も、説明会や採用フロー初期の面接はオンライン形式を継続したことで、コロナ禍前の対面実施時に比べ、学生の業界、企業理解不足が顕著になっている。 <金属製品／中堅>
- 「量」の面では母集団形成が困難となっており、年々応募から選考に繋がる学生数が減少しているが、「質」の面では、数少ないながらも業界に対する理解を持った学生の人数が一定数確保できている。 <エネルギー／中小>
- 弊社において営業職種は転勤が付きものである中、転勤を敬遠する学生が多かったため、採用予定数の獲得につながらなかった。 <機械／大手>

4. 内定辞退の増減

内定辞退の状況を前年度と比較してもらった。最も多いのは「変わらない」という回答だが（43.9%）、「かなり増えた」11.4%、「やや増えた」25.1%と、合わせて 36.5%の企業が増えたと回答した。一方「かなり減った」「やや減った」の合計は 19.7%。「増えた」が「減った」の 2 倍近くに上る。

従業員規模別に見ると、いずれの規模でも「増えた」が「減った」を上回る。特に大手企業において「増えた」の合計が 4 割を超えている（計 41.1%）。今期は、大手中心に採用規模を拡大した企業が多かったが、内定出しの増加に伴い、辞退者も増えたものとみられる。また、業界別では「金融」で「増えた」の割合が高い（計 44.1%）。

内定辞退者の増減(全体／従業員規模別・業界別)



【Voice-2】—内定辞退に関して

- 内定承諾後の辞退が例年に比べて多い。 <情報処理・ソフトウェア／中堅>
- 内定承諾しつつ選考を続けることが一般的になっていると感じる。 <輸送用機器／大手>
- 承諾までに時間がかかり、なかなか最終人数が確定しない。現在も承諾待ちがある。 <その他サービス／中堅>
- マンパワー不足によりインターンシップ時期から学生とのタッチポイントが作れず母集団形成に失敗した。同理由により内定者へのフォローが行き届かず安易に辞退をさせてしまった。 <専門商社／中小>
- 募集職種名の出し方が抽象的であった（入社後に適性を見て配属が決まる）ため、職種に対するイメージが湧きにくいことが原因で、他社を選択する学生が多かったのではないかと考える。 <機械／大手>
- 選考中辞退が増え、最終選考まで参加した学生の承諾率は昨年同様でした。 <建設・住宅・不動産／中堅>
- 最終面談の時期を遅らせたことにより、最終面談前に辞退者は増えたが、志望度の高い学生が残ったため内定辞退者は昨年度よりも減少した。 <通信関連／中堅>
- 動画を使った説明会や広報活動が功を奏したと思います。また合同説明会に参加する際の装飾グッズを充実させたこともよかったと思います。 <情報処理・ソフトウェア／中小>

【Voice-3】—内定辞退防止に効果を感じる施策

- 最終面接前にお互いのギャップを埋めるため、学生自身が納得するまで何度もオンライン面談を行っています。（1~2回の人もいれば、10回の方もいます）。 <輸送用機器／中小>
- 内定通知後の面談で面接のフィードバックを実施し、動機付けを行っている。学生の本音を聞き出し、承諾期限に柔軟に対応する。 <機械／中堅>
- 研究内容を活かせる配属をある程度約束できること（ジョブ型採用に近い）。 <調査・コンサルタント／大手>
- 内定後に対面で面談。内定通知時に学生の親御さん向けパンフレットを配布。 <インターネットサービス／中堅>

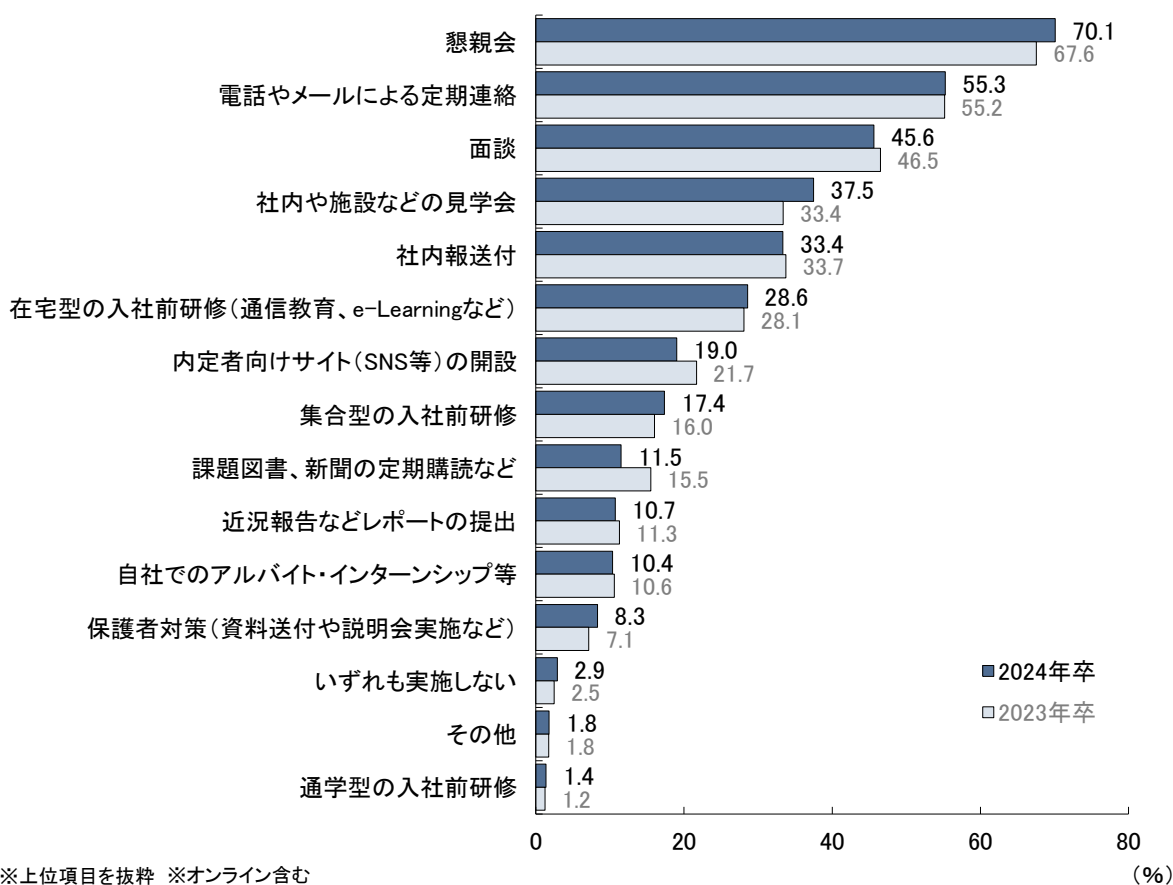
5. 内定期間中のフォロー

内定期間中のフォローの実施状況を見てみる。

実施内容で最も多いのは「懇親会」。前年より増加し7割を超える企業で実施(67.6%→70.1%)。内定者同士や先輩社員らとの交流を通じて、つながりを強化したり、社風を伝えたりしたいと考える企業が増えているようだ。ほかに「社内や施設などの見学会」も前年調査より実施企業が増えている(33.4%→37.5%)。コロナ禍の収束に伴い対面でのフォローが復活、実施に踏み切るケースも多いものとみられる。

一方、2番目に多いのは「電話やメールにより定期連絡」で、定期的にフォローすることで入社に向け不安の軽減に努めている様子が見える。

内定者フォローのために実施すること



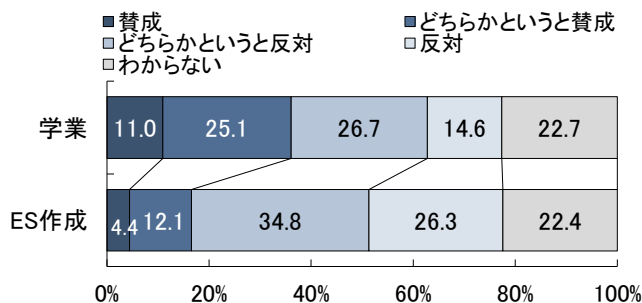
【Voice-4】—内定者フォローでの工夫や課題

- 内定期間中になるべく多くの先輩社員に合わせることで、働くイメージの向上に努めている。 <運輸/大手>
- 懇親会・面談等行う時は必ず在籍社員を同行させ、入社前の不安解消に努めている。 <専門商社/中堅>
- 定期的な連絡(電話、メール)を行っているが、今後はLINEなどのSNSツールを活用したフォローを行いたいと感じている。 <信用金庫産/中堅>
- 入社に向けて不安に感じている学生(手厚いフォローを求める学生)とそうでない学生とを、公平にフォローするのは難しい。本人たちの希望を聞くのが良いのかどうかを迷っている。 <情報処理・ソフトウェア/中小>
- 内定者イベント終了後は早々に解散し、内定者同士の交流を深める時間を確保するよう心掛けている。同期の仲が深まると入社前の辞退防止や長期就労に繋がると考えている。 <輸送用機器/大手>
- 終わらない採用活動と並行することが多くなり、手が回らない。 <建設・住宅・不動産/中小>

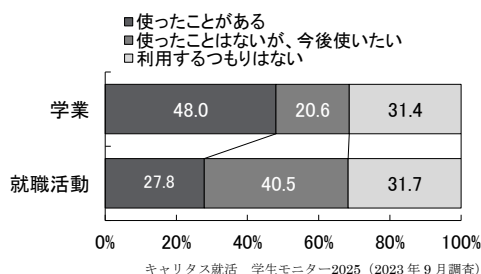
6. エントリーシート作成時の生成 AI 利用への考え

ChatGPT をはじめとした生成 AI の利用が広がりを見せているが、学生の利用について、学業とエントリーシート（ES）作成に分けて賛否を尋ねた。学業での利用は「賛成」「どちらか」というと賛成」を合わせて 36.1% が肯定的。「反対」は計 41.3% で、賛否は比較的拮抗。一方、ES 作成時の利用については「賛成」（計 16.5%）に対し、「反対」（計 61.1%）で、反対意見が圧倒的に多い。新しい技術を使いこなせるようになること自体は歓迎しつつも、ES においては学生の個性や本音が見えづらくなることや思考力の低下などの懸念が挙げられた。

学生の生成 AI 利用への賛否

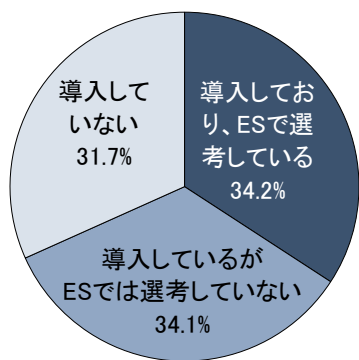


【参考】学生の生成 AI 利用状況

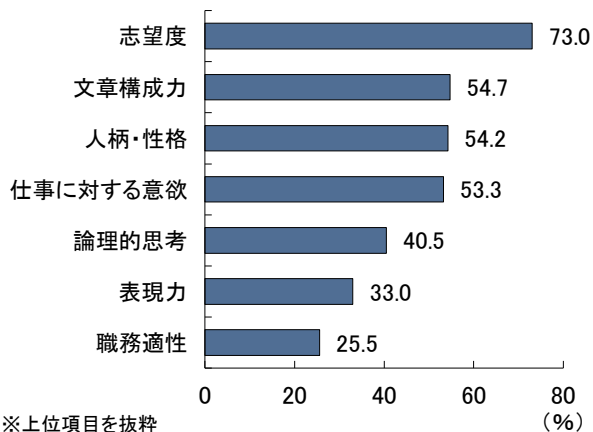


なお、選考プロセスにおける ES の導入状況を尋ねたところ、「導入しており、ES で選考している」企業は 34.2%。ES での選考時に確認する項目は「志望度」（73.0%）が高く、「文章構成力」「人柄・性格」「仕事に対する意欲」が 5 割台で続く。

エントリーシート(ES)の導入状況



ESでの選考時の確認項目



【Voice-5】—学生の生成 AI の利用についての期待や懸念

- 実務でも利用を推奨され始めているため、習熟していた方が良いと思う。 <建設・住宅・不動産／大手>
- 今後は AI 使用が当たり前になり、使いこなせる能力も必要になってくると思う。反面、文章能力の低下が懸念される。 <専門店／中堅>
- 思考力の低下や失敗から学ぶ経験が減ることを懸念。ただ生成 AI を使って何ができるか模索する探求心は必要だと感じる。 <情報処理・ソフトウェア／大手>
- 学生本人の考えや特徴が見えづらくなってしまふ懸念があると感じる。しかし、新たな技術をうまく活用できる柔軟な対応力には期待がある。 <建設・住宅・不動産／中堅>
- 生成 AI を理解してうまく活用する分にはかまわないが、中身を伴わないようであれば意味がないので、使い方をしっかり考えてほしい。 <情報処理・ソフトウェア／中小>

II. 2025 年 3 月卒業予定者の採用

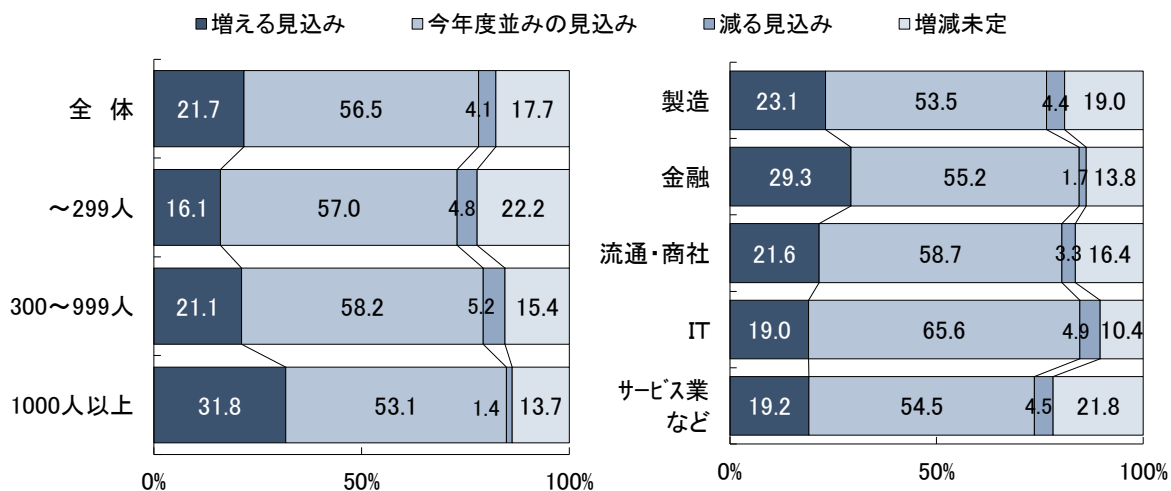
1. 採用予定数と予算

ここからは 2025 年 3 月卒者の採用計画に関する調査結果を紹介したい。

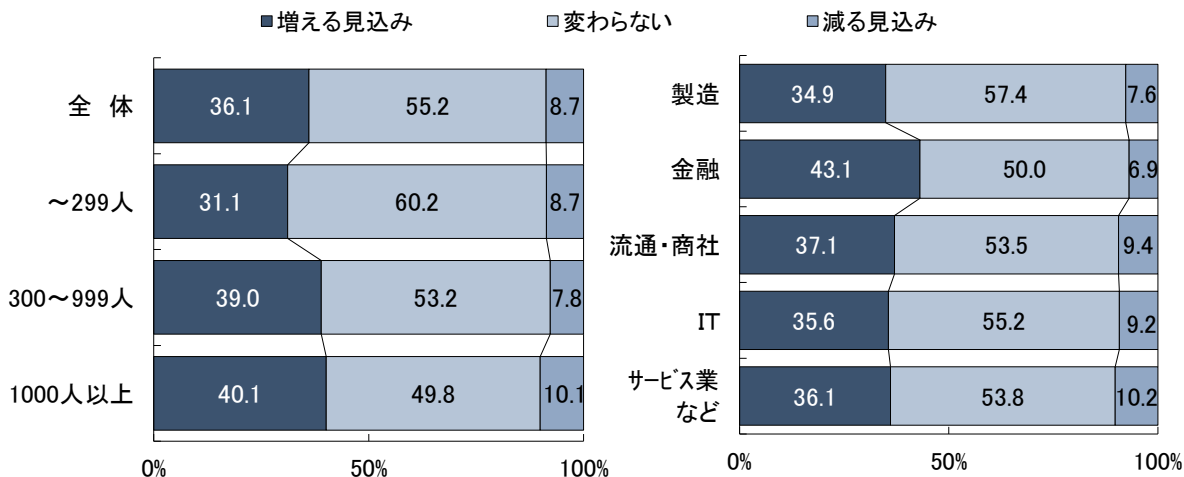
2025 年卒者の採用見込みについて尋ねたところ、5 割強（56.5%）が「今年度（24 年卒）並み」と回答。「増える見込み」21.7%に対し「減る見込み」は 4.1%で、「増加」が「減少」を大きく上回る。企業の採用意欲は引き続き高い状態が維持される見込みだ。従業員 1000 人以上の大企業においては 3 割超が「増える見込み」と回答した（31.8%）。

採用予算も、「増える見込み」（36.1%）が「減る見込み」（8.2%）を大幅に上回る。

2025年卒者の採用人数見込み(全体／従業員規模別・業界別)



2025年卒者の採用予算見込み(全体／従業員規模別・業界別)



【Voice-6】—2025 年卒者の採用数について

- このままでは 2024 年卒の採用が大幅な未達となるため、次年度に持ち越すことを考えている。 <機械／中堅>
- おかげさまで業務が増え続けているので、採用数を増やしたい。 <情報処理・ソフトウェア／中小>
- 観光業界の需要回復への対応や、24 卒の不足分を補うため、採用数を増やす。 <運輸・倉庫／大手>
- 今後の転職・定年退職の離職者に備え、新卒採用はこれまでと同様力をいれていく。 <教育／中堅>
- 今年度は採用数が充足しなかった。来年度以降は応募者数がさらに減少すると思われるので、まずは今年度並みを目指す。 <その他サービス／中堅>

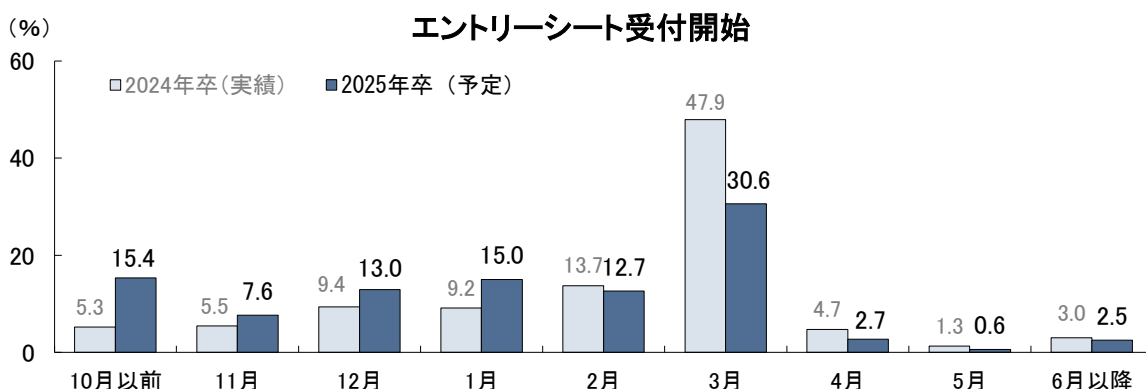
2. 採用活動の開始予定時期

次に、2025年卒採用の活動時期をどのように計画しているか確認したい。

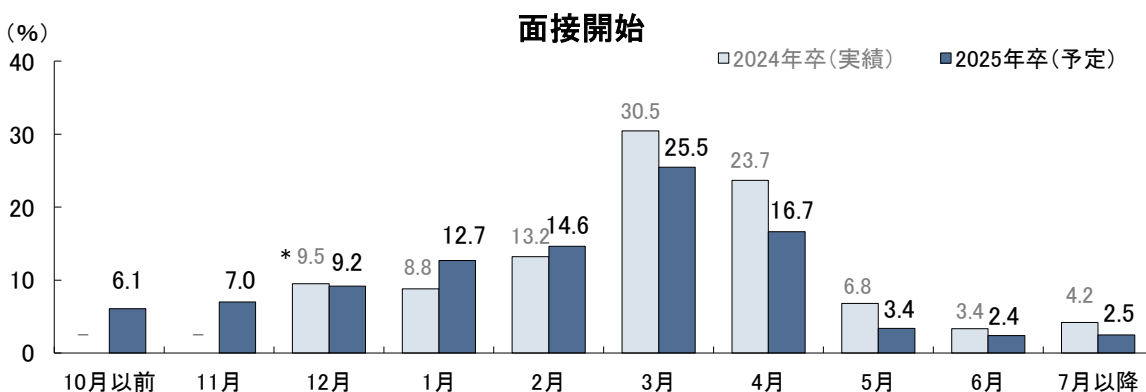
エントリーシートの受付開始時期は、3月が最も多い（30.6%）。ただし、前年（24年卒採用実績）より大幅に減少（17.3ポイント減）。その分、1月以前のポイントが増加し、採用広報解禁前（2月以前）を合わせると6割を超える（計63.7%）。

面接開始も3月が最も多く（25.5%）、4月（16.7%）が続く。3月以降のポイントが軒並み前年実績より減少。選考解禁月である6月以降の開始を予定する企業はわずか4.9%。

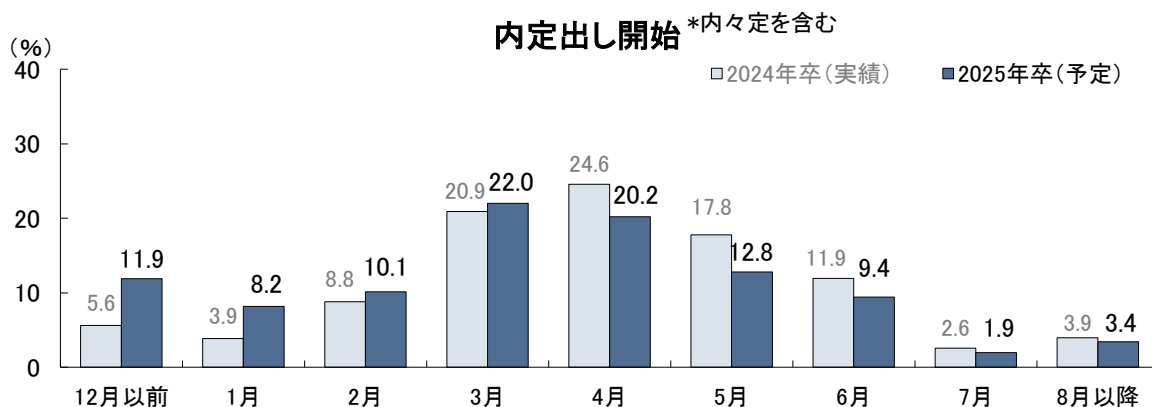
内定出しの開始時期も、3月が最多（22.0%）。4月が僅差で続く（20.2%）。3月以前は前年実績を上回り、早期からの内定出しが増えると思われる。



※2024年卒は2023年7月に調査



※2024年卒は2023年7月に調査 *「12月以前」として調査

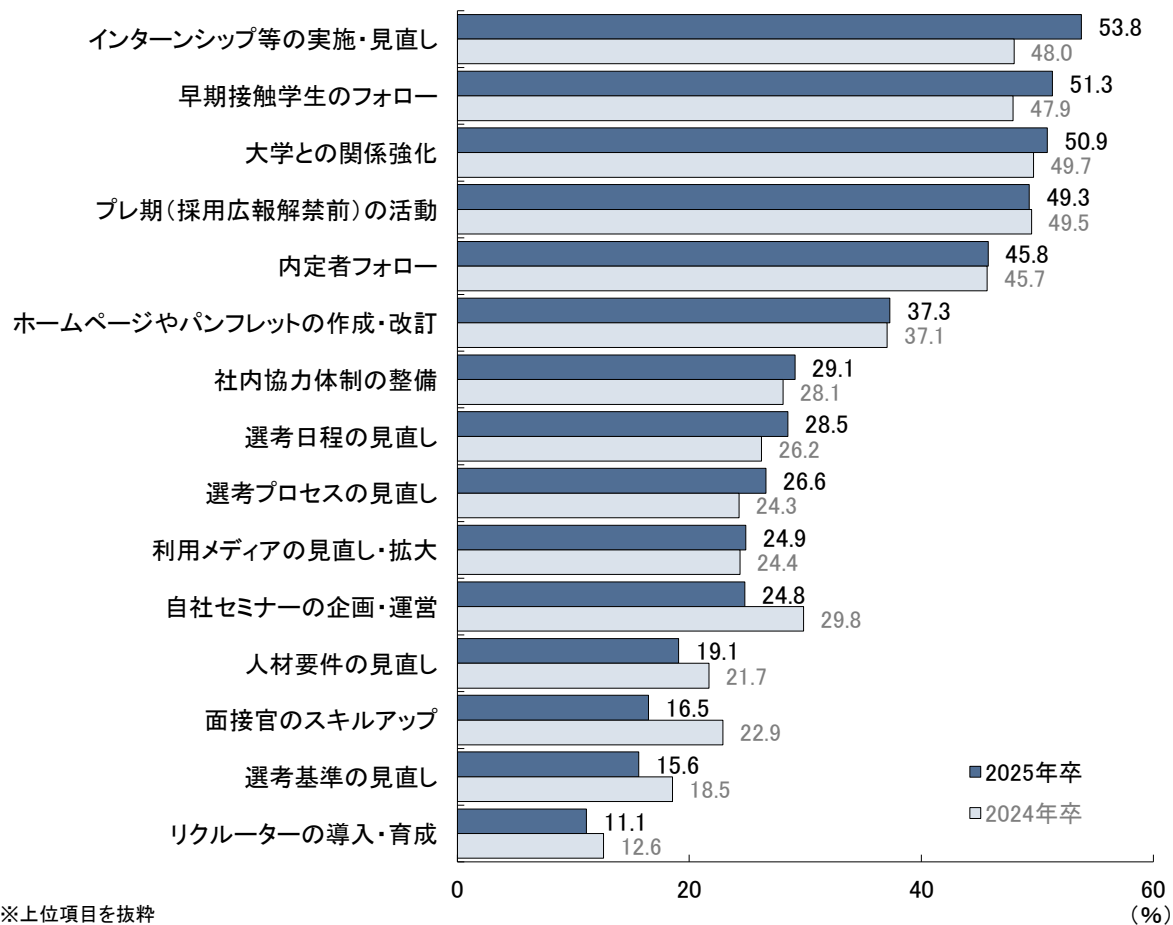


※2024年卒は2023年7月に調査

3. 採用で注力したいこと

2025 年卒の採用で注力したいことを尋ねた。最も多いのは「インターンシップ等の実施・見直し」で 5 割強の企業が選んだ（53.8%）。新定義が適用される初年度ということで、プログラムの見直しを行う企業が多いのだろう。「早期接触学生のフォロー」（51.3%）、「プレ期の活動」（49.3%）も 5 割前後が選び、早期対策に注力する方針を取る企業が増えていることがわかる。「大学との関係強化」は 5 割（50.9%）で、学内セミナーや研究室経由で応募者を集めたい企業も多いようだ。

2025年卒採用で注力したいこと



【Voice-7】——2025 年卒者の採用で注力したいこと

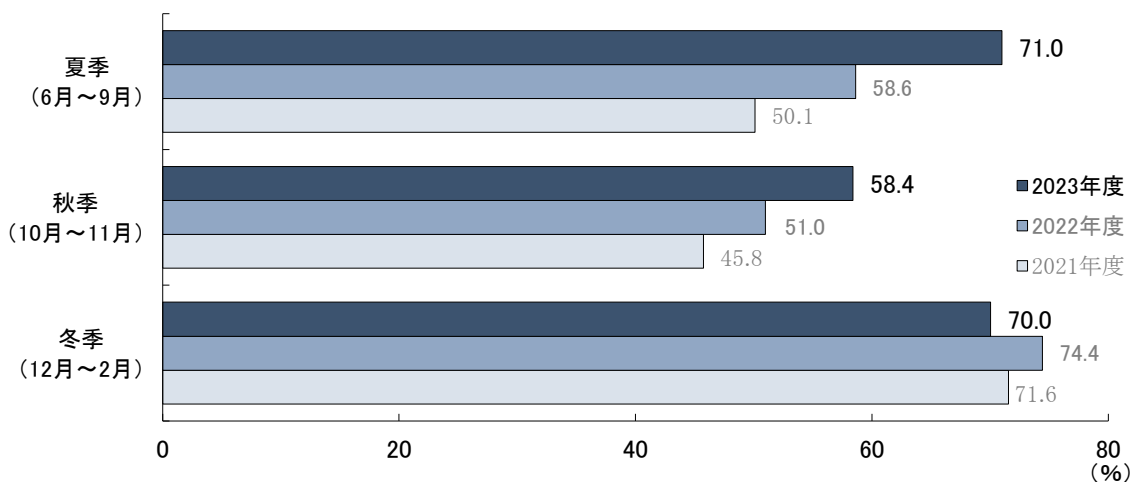
- これまで 1day 仕事体験のみを運営してきたが、インターンシップを開催したい。 <インターネットサービス/中堅>
- プレ期にオープン・カンパニー型の Web セミナーを実施する。 <専門商社/中堅>
- 社名だけではどのような仕事をしているのかわかりにくい会社なので、採用広報解禁前にできるかぎり、企業 PR を行っていきたい。 <その他サービス/中堅>
- 早期の広報及び学生との接点確保が急務であると考えております。 <情報処理・ソフトウェア/中堅>
- 早期に接触した学生の選考参加率を上げるため、フォローを徹底したい。 <銀行/大手>
- 研究室とのつながりを強くし、採用に繋げる。 <機械/大手>
- 大学との関係強化に努めたい。秋に学校訪問を計画。 <専門商社/中小>
- 内定辞退の発生に対して、内定前の選考中のコミュニケーションを改善したい。 <調査・コンサルタント/中小>
- 採用 HP の更改や、WEB 動画等の時流に乗った活用を検討しています。 <その他金融/中堅>
- 売り手市場となり人材の獲得競争が激化する中で、真に必要なとする人材要件を見直し、自社だからこそという人材を見出しアトラクトしたいと考える。 <情報処理・ソフトウェア/大手>

Ⅲ. インターンシップ等のプログラム

1. プログラム実施状況

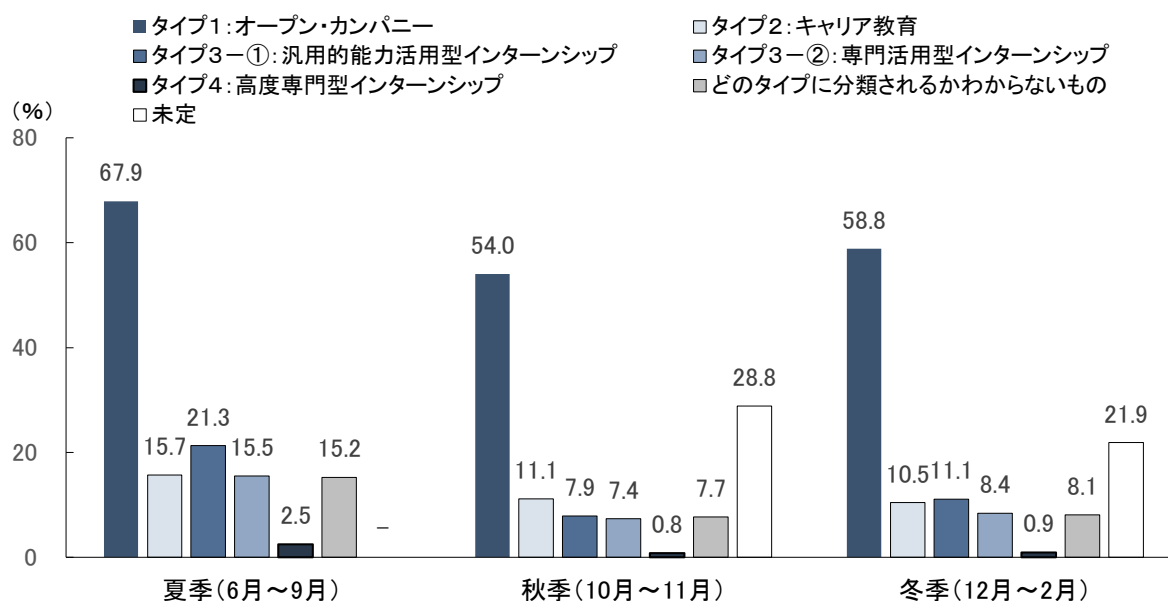
今年度からインターンシップの新定義が適用されたが、インターンシップやオープン・カンパニー等の実施状況について、時期別に尋ねた。夏季と冬季の実施率が高く、ともに約7割(71.0%、70.0%)。夏季、秋季は年々実施率が増加しているが、とりわけ夏季の伸びが顕著（前年比12.4ポイント増）。

インターンシップ等実施状況（予定含む）



実施プログラムを時期別に見てみる。どの時期においても「タイプ1：オープン・カンパニー」が圧倒的に多く、夏季は7割近くに上る（67.9%）。「タイプ3-①：汎用的能力活用型インターンシップ」は、夏の実施が最も多く、学業に配慮し、長期休暇に合わせて実施されたことがうかがえる。秋季・冬季は、調査時点で未定の企業も少なくない。

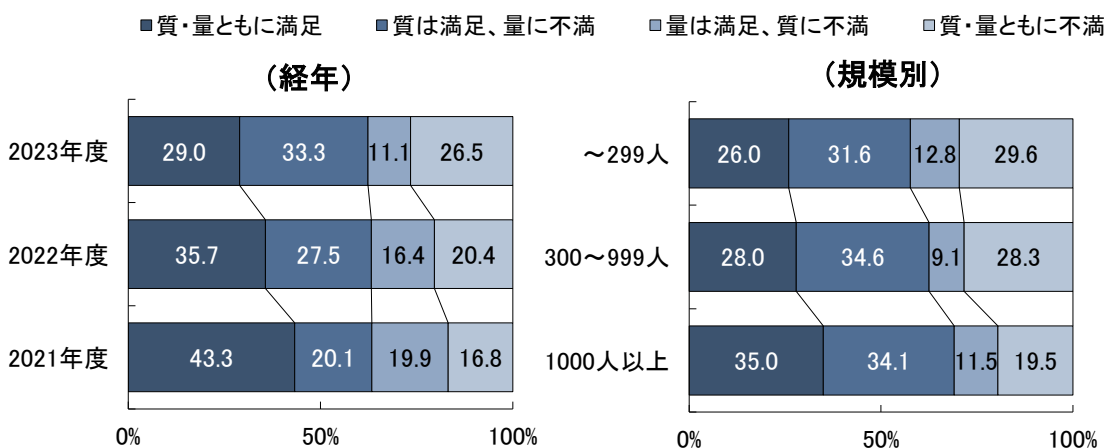
実施プログラム（時期別）



2. 夏季プログラムの満足度

今夏にインターンシップ等のプログラムを実施した企業に満足度を尋ねたところ、「質・量ともに満足」が約 3 割（29.0%）で、2 年連続で低下した。その分「質は満足、量に不満」「質・量ともに不満」が増え、量への不満が高まった。先に見たように、実施企業が大幅に増加したことに伴い、参加者が分散し、思うように参加者を集められなかった企業が多かったようだ。

夏季プログラム参加者への満足度（経年／従業員規模別）



【Voice-8】—夏季プログラムの満足状況

- 単位認定型と汎用的能力活用型インターンシップを実施。若干のばらつきはあったものの、ベース能力が高い学生が多かった。 <インターネットサービス／中小>
- 対面で行った 5days では、十分な人数を確保することができ、実施後のアンケートでもおおむね好評を得ることができた。 <情報処理・ソフトウェア／中小>
- オープン・カンパニーを実施。内容は良かったと思うが、参加学生を集めきれなかった。 <専門商社／中小>
- 参加意欲のある学生を選りすぐったので、量としては少なかった。 <建設・住宅・不動産／中堅>
- 応募はそれなりにあったものの、キャンセルが半分以上あり、量としては不満。 <機械／中小>
- 早期（夏季）より参加している学生は自身の進路について真剣に考え、質も高いと感じた。 <運輸・倉庫／大手>
- 参加人数は増えたが、ターゲット大学の学生の参加が 24 卒以上に少なかった。 <情報処理・ソフトウェア／中堅>
- オンライン回に参加する学生は内気なタイプが多かったこと、全体的に予約者の欠席が多かったことから質・量ともに不満がある。 <自動車・輸送用機器／大手>
- エントリーが少なく参加者を選べなかったため、弊社業務に興味があるかないかよくわからない学生も参加に至った。 <その他サービス／中小>
- 世間一般に知られている大手企業に集中するので、思うような学生にはなかなか会えない。 <専門商社／中堅>

【Voice-9】—インターンシップ等を実施する上での工夫

- 体験実習を通じて、業界の理解や仕事のやりがいを感じてもらえるよう工夫している。 <信用金庫／中堅>
- プログラム体験ができることが大前提。就職活動に役立つ情報も提供できるよう、毎年ブラッシュアップしている。 <情報処理・ソフトウェア／中小>
- 技術者獲得のため、技術部門と連携しながら事業部別にコースを 5 つ設置した。 <電子・電機／大手>
- 対面を増やした。昼食を提供し、食べながら先輩社員との懇談時間にした。 <情報処理・ソフトウェア／中堅>
- 先輩社員との接触回数を増やし、入社意欲を高める工夫。 <専門商社／中堅>
- 個別対応を行い、学生からの質問にじっくり答えられるようにしている。 <リース・レンタル／中堅>
- 会社・仕事の良い点・厳しい点、楽しくやりがいがある面・大変で苦勞する面の両面を必ず伝えるようにしている。 <建設・住宅・不動産／大手>